

Курсов проект по Facebook Marketing Advanced

Задачата ви е да рекламирате промоционална кампания на онлайн търговец за Black Friday, с цел да увеличите обема от продажбите си в този изключително активен период от годината. Разполагате с бюджет от \$10 000, като срокът на промоционалната кампания е една седмица (тя завършва на самия Black Friday).

За целите на курсовия проект може да изградите рекламна кампания/и както за всеобхватен магазин (от типа на eMag), така и за нишов магазин (например за дрехи, техника, мебели и други). Рекламните кампании трябва да обхванат целия спектър от аудитории - студени аудитории, които не познават магазина и топли аудитории, които вече са запознати с него.

Основната идея на курсовия проект е да покажете разбиране на процеса на изграждане на рекламни кампании, структурирането в рекламния акаунт и разбиране на разликите между комуникацията с различните видове аудитории.

Тъй като основната задача е да постигнем максимален обем продажби в рамките на предвидения бюджет, ограничаваме рекламните си цели до кампании с objective както следва - Engagement и Sales.

От вас очакваме да ни обясните защо възприемаме избора от вас подход, защо очаквате той да работи за избора от вас бизнес и защо мислите, че ще ви донесе желаните резултати.

Задачи:

1. Опишете структурата на кампаниите, които планирате да създадете (брой на кампаниите, разпределение на ад сетовите между тях, аргументация за структурата)?
2. Какви видове цели (campaign objectives) ще използвате за рекламните си кампании?
3. Какви аудитории планирате да таргетирате във всяка една от кампаниите си?
4. Обяснете как ще разделите топла и студена аудитория и опишете как посланията за двете ще се различават?
5. Как планирате да разпределите бюджета между отделните кампании/ад сетове?
6. Как планирате да промените пропорцията между бюджетите за топла и студена аудитория в хода на кампанията?
7. Създайте три Facebook реклами. Опишете форматите, които смятате да предложите и приложете screenshot от всяка реклама, на който се виждат следните елементи:

- Headline

- Primary Text
- Call-to-Action Button
- Image/Video

ВАЖНО!!!

Ако в проекта си поставяте линкове към видеа и други ресурси, трябва папките или сайтовете, към които насочвате, да са с осигурен публичен достъп. В поривен случай ще бъде сметено, че ресурсите липсват, което сериозно ще се отрази на резултата от изпита.

Основни критерии за оценка:

- Правилно изпълнение на задачата спрямо заданието
- Демонстрация на разбиране на платформата
- Прилагане на съвети и практики от лекциите
- Практически подход и мислене
- Аргументиране на логиката зад всяко от решенията за структуриране на рекламните кампании